

caiana

Verónica Giordano

El erotismo en las imágenes de *Adán*, 1966-1968

El erotismo en las imágenes de *Adán*, 1966-1968

Verónica Giordano

Introducción

Los años sesenta fueron años de experimentación. La revista erótica *Adán* fue expresión de este signo de época. Pero su aparición en el mercado cultural coincidió con el inicio una dictadura que impuso severos límites al impulso de innovación y transgresión. En junio de 1966 el general Juan Carlos Onganía se hizo del poder por la vía del golpe de estado. Con un marcado nacionalismo y fundamentalismo católico, la denominada Revolución Argentina encabezada por Onganía puso en marcha un dispositivo de persecución que rebasó el ámbito específicamente político y afectó, muy especialmente, al ámbito de la cultura y los medios masivos.

En ese contexto, apenas un mes después del golpe de estado, apareció el primer número de *Adán*, una publicación que se inscribió en el magro segmento de revistas eróticas de Argentina.¹ El autoritarismo la represión y la (auto) censura operaron fuertemente en la escena cultural. En razón de todo esto, *Adán* tuvo una trayectoria fugaz: su primer número apareció en julio de 1966 y el último en marzo de 1968.

En este artículo, tomamos ese pequeño corpus que conforman los 21 números de *Adán* y analizamos las imágenes cómicas, las páginas de publicidades y las páginas de modelos femeninas. Específicamente, observamos cómo aparece el erotismo en las distintas secciones.² Entendemos que una pesquisa sobre *Adán* desde esta perspectiva puede mostrar nuevas aperturas para el estudio del entramado cultural de los años sesenta en Argentina y América Latina.³

Adán expresó las tensiones entre los imperativos de la industria cultural masiva y la contracultura gestada en el ambiente hedonista nutrido por algunos reducidos sectores de las clases medias. Al mismo tiempo que se erigió como expresión de esas tensiones, quedó atrapada en ellas. La incursión en el erotismo pronto quedó despojada de toda audacia y se limitó a manifestaciones demasiado oscuras o demasiado refinadas como para satisfacer el apetito del cada vez más voraz mercado de consumo masivo. Esto sumado a las circunstancias de radicalización y polarización política confinaron a *Adán* al arcón de las perlas atesoradas por coleccionistas.

Adán, la Editora Abril y el nuevo periodismo

Adán fue una publicación de la Editorial Abril de Argentina, la empresa fundada en 1941 por César Civita que proveyó de revistas ilustradas al mercado editorial nacional.⁴ En 1966, *Adán* se sumó a una exitosa saga de revistas editadas por esta renombrada empresa inaugurando en ella el segmento de revistas eróticas.

Abril ya había afianzado posiciones en el segmento de revistas orientadas al público femenino. En 1944, tras las fenomenales ventas conseguidas con la colección *Pequeños Grandes Libros*, Abril lanzó *El Pato Donald*. Si la innovación en el mercado editorial infantil fue un acierto, en 1948 Abril también se consagró como empresa innovadora en el mercado de revistas para mujeres, presagiando el auge de la modernización de la industria cultural de la década siguiente. Ese año Abril lanzó *Idilio*, la primera fotonovela del país.⁵ Publicada semanalmente como “revista juvenil y femenina”, *Idilio* tuvo un éxito inmediato, editando 250 mil ejemplares y convirtiéndose en la segunda revista más vendida del país.⁶ En 1950, Abril sumó una nueva fotonovela: *Nocturno*.⁷

Tras el golpe que derrocó a Perón en 1955, se abrió una nueva coyuntura económica y política para la relación entre cultura de masas y mercado editorial. En este nuevo escenario, a mediados de 1957, Abril diversificó su oferta lanzando *Claudia*, una revista mensual que tomaba como referencia a la norteamericana

Ladies' Home Journal.⁸ Civita se proponía ofrecer un producto que acercara las pautas de consumo de Europa y Estados Unidos a las mujeres de las clases medias argentinas. Así, *Claudia* irrumpió en el mercado local con una edición cuidada y refinada que, a diferencia de otras publicaciones, se editaba en papel de calidad al estilo de *Elle* y *Marie Claire*.⁹

Claudia participó plenamente de una época de cambios económicos, sociales y culturales significativos. Había surgido en el contexto de la sustitución de importaciones de la segunda posguerra que hizo lugar para producciones locales. Con el crecimiento del mercado interno, las mujeres fueron cada vez más frecuentemente interpeladas como administradoras independientes de sus consumos y *Claudia* abonó dicha interpelación. Más tarde vinieron los años de la revolución sexual. Sin embargo, *Claudia* no se inscribió abiertamente en este paradigma. Tal como afirma Cosse, la revista mostraba “un cambio sutil que operaba sobre las costumbres, los estilos y las modas”. Pero como sostiene la misma autora, “probablemente para algunas lectoras pudo haber significado conmociones al horizonte doméstico”.¹⁰ *Claudia* no rompió con los discursos que asignaban a las mujeres un lugar natural en el hogar, pero sí ofreció “un amplio panorama del mundo no doméstico donde no faltaban elogios a mujeres intelectuales como Simone de Beauvoir, reportajes sobre la discriminación salarial y profesional de las mujeres y reseñas de películas como *Hiroshima mon amour*”.¹¹

La modernización de las pautas de consumo, que trajeron consigo las experiencias democráticas de Arturo Frondizi (1958-1962) y de Arturo Illia (1963-1966), alentó nuevas expresiones culturales. Abril hizo su parte, adicionando al éxito de *Claudia* publicaciones de interés general: *Panorama* (1962, inspirada en la revista italiana del mismo nombre) y *Siete Días Ilustrados* (1964).

En 1966, como se ha dicho, a esta saga se añadió la revista *Adán*. No obstante, puede decirse que la revista fue un proyecto que Civita avaló con su sello, pero que no se inscribió plenamente en el perfil editorial de Abril. Por la trayectoria de los actores que le dieron vida a *Adán* es dable suponer que la revista fue más bien una iniciativa *acogida* por la empresa de Civita antes

que gestada en su seno. En efecto, al recorrer la nómina de nombres que conformaron el equipo editor de *Adán* se observa que sus mentores no eran parte de la estructura de Abril sino que desembarcaron en esta consolidada empresa con un proyecto propio tras haber hecho sus primeras incursiones en el campo del nuevo periodismo.¹²

Adán fue una idea del joven periodista Luis E. González O'Donnell, quien en 1964 había dejado su puesto de jefe de redacción en *Primera Plana*, convirtiéndose en el director de *Adán* hasta marzo de 1967, cuando toma su lugar Carlos A. Burone, también vinculado a *Primera Plana*.¹³ El jefe de redacción fue Homero Alsina Thevenet, otro periodista de *Primera Plana*, gran cultor de la crítica cinematográfica. Fueron asesores de la dirección, entre otros, Carlos Villar Araujo, antes jefe de ciencia y técnica de *Primera Plana*, Juan Carlos Martelli, devenido luego un versátil escritor, y Miguel Brascó, talentoso cronista de la *gourmandise*.

***Adán* y la modernización irreverente**



Fig.1 *Adán*, febrero de 1968, año 2, núm. 19

Desde los años del primer peronismo, el ambiente intelectual que rodeaba a Abril se había caracterizado por ser culto y refinado.¹⁴ Los editores y realizadores de *Adán* encontraron en la empresa de Civita un espacio propicio para introducir ciertos rasgos rupturistas que caracterizaban al nuevo periodismo¹⁵, y que aquí resumimos con el concepto de modernización irreverente por su estilo provocador y directo, contestatario y desinhibido, y sus aspiraciones y

gusto sofisticado para el consumo, rebelándose contra el consumo masivo guiado meramente por las leyes del mercado.

La revista estaba dirigida al joven varón de clase media que se identificaba con ciertos rasgos de distinción: los gustos exquisitos en materia de autos, deportes, viajes, moda, comida, bebida y ciertos objetos típicamente asociados al profesional ejecutivo: relojes, lapiceras, cosmética masculina, etc. Este joven varón se definía por sus aspiraciones de pertenencia al mundo adulto, de acuerdo a ciertas características ideales: una vida sin ataduras sociales, éxito económico, osadía e independencia en su comportamiento social. Estos rasgos aparecían en todas las secciones de la revista, como por ejemplo en las publicidades.

Las pautas publicitarias suelen ser un excelente soporte para relevar el tipo de lector al que está dirigida una revista. Como se aprecia en la figura número 1, el anunciante invitaba al joven lector a su identificación con un ideal específico de varón: el adulto audaz, incitante y provocativo, que en la imagen aparece representado como un hombre maduro (las líneas de expresión faciales acusan la edad), probablemente un empresario o alto ejecutivo (la moda *sport* de la camisa es todo un signo), con tiempo libre para el disfrute de los placeres de la vida: una bebida de “calidad” (según versa el slogan que presenta a la marca Coca-Cola al pie de la imagen) y una hermosa mujer. (Fig.1)

Vinculada a través de Abril al célebre Centro de Artes del Instituto Di Tella, *Adán* se hizo eco del clima de modernización irreverente que se popularizó en la segunda mitad de los años sesenta.¹⁶ El clima de distensión que aparece descripto en la revista a propósito de algunos *happenings*, de cierto circuito selecto de *boites* y de espacios de arte alternativos como La botica del Ángel –inaugurado en 1966 por el intrépido joven Eduardo Bergara Leumann, colaborador de *Adán*–, era un clima propicio para experimentar y cultivar el gusto por la espontaneidad y la excentricidad que separaba a esta juventud “de vanguardia” de los sectores “tradicionales”.

Adán se hizo eco de los valores encumbrados en esos espacios de sociabilidad en los cuales se

promovían los vínculos informales, en contraposición con el modelo hegemónico de familia y de roles asignados a varones y mujeres. De algún modo, esto anticipaba la modernización de las leyes, muy tímida por cierto, que tuvo lugar a partir de la reforma del Código Civil de abril de 1968, que inscribió a las mujeres casadas entre los sujetos de capacidad jurídica plena y legisló sobre una forma particular de divorcio-separación (art. 67 bis de la Ley de Matrimonio) que en los hechos operó como separación por mutuo consentimiento (pero sin admitir el divorcio vincular).¹⁷

En este clima de época, *Adán* hizo una incursión pionera en el segmento de revistas eróticas masculinas, siguiendo el modelo inaugurado por la *Playboy* de Hugh Hefner. En efecto, en el contexto nacionalista y autoritario en el que surgió, *Adán* tuvo una aspiración, aunque muy velada, como se puede interpretar a partir de la publicidad “un secreto”, de erigirse como la *Playboy* argentina. (Fig.2)



Fig.2 *Adán*, julio de 1967, año 2, núm. 13

De hecho, *Adán* llevaba como subtítulo “entretenimiento para gentilhombres” –una traducción del término en inglés *gentleman*, de connotaciones bien distintas a las del vocablo *playboy*, que permitía sortear los eventuales obstáculos impuestos por un Estado represor con una obsesiva preocupación por la moralización social y una sociedad que en líneas generales todavía era muy pacata–. No obstante, *Adán* tomó de la *Playboy* que Hugh Hefner fundara en 1953 su rasgo principal: la combinación de periodismo, política y erotismo.¹⁸ Pero le imprimía un sello nacional,

después de todo el nacionalismo había prendido en todo el arco social, político y cultural, y ese sello había sido la clave del éxito de Abril. La empresa de Civita había sabido adaptar productos foráneos según los códigos de la sociedad argentina, lanzando emprendimientos editoriales como *Claudia* tributaria de *Ladies' Home Journal* y *Marie Claire* o acogiendo en su catálogo a *Adán*, a su modo, espejada en *Playboy*.¹⁹

Entre el erotismo “real” y el erotismo “fantasmagórico”

Adán quiso que sus modelos no fueran convencionales. Quiso abolir las poses, los cuerpos clásicos, las caras maquilladas y sonrientes. La amistad, la coincidencia y el azar atrajeron a nuestras colaboradoras. Todas coincidieron en la necesidad de buscar un *erotismo real*, impregnado de subjetividad y evocación, evitando la falsa –la truculenta– pornografía.²⁰

Con este párrafo *Adán* presentaba en su cuarto número un ensayo fotográfico en el que posaban dos jóvenes modelos (18 y 22 años). Las fotos, algunas en blanco y negro y otras en colores, mostraban a las muchachas con actitudes y atuendos sensuales, sentadas en un sillón, paradas cerca de una ventana, un signo que señala el límite entre la intimidad del mundo privado que estas jóvenes habitaban y el afuera conocido por todos.

Siguiendo el estilo del nuevo periodismo en boga, *Adán* quiso retratar a sus modelos desde un punto de vista que revelara situaciones reales, dejando ver el carácter y las emociones de los personajes a través del relato del periodista/redactor. Así, no sólo los ambientes y la vestimenta eran elementos cuidados para tales efectos sino también las fotos aparecían acompañadas de un relato biográfico de las modelos enfocado en la cotidianeidad. El recurso de la primera persona (en este caso primera persona del plural, pues el narrador es el “equipo de redacción” de *Adán*) añade a lo anterior otra dosis de realismo al erotismo que la revista construyó.

Este erotismo “real” al que refería la declaración de *Adán*, que era tributario del nuevo periodismo y de la modernización cultural

irreverente de los años sesenta, se apreciaba también en algunas de las fotografías de tapa, y en otras páginas como las del artículo “Memorias Informales”, escrito por Juan Carlos Martelli, quien por entonces era asesor de dirección de la revista. En las fotos que ilustran la nota, una joven y desconocida modelo, Adriana Buteler, aparece desnuda. A decir verdad, su cuerpo desnudo sólo se adivina. El talento artístico del fotógrafo suplía los déficits que imponía la censura.

El cuerpo desnudo aparecía fotografiado en porciones: la mitad izquierda del dorso, con una curva pronunciada en la cintura y el perfil de un seno que se muestra ínfimamente gracias a un sutil juego de luces y sombras. El uso del degradé entre el blanco y el negro servía para ocultar, a la vez que sugerir, las superficies más polémicas. Incluso el retrato de la modelo, y no solo las fotos de su cuerpo desnudo, esta concebido a partir del par ocultar/sugerir. La mirada de la joven fotografiada cae sobre su espalda desnuda, no se mira a sí misma pero tampoco mira la cámara.

El título de la nota es otro ejemplo de ese efecto de realidad con el que *Adán* concebía el erotismo. Dice: “Memorias Informales”, “por Adriana Buteler (versión de JCM)”, en referencia al ya mencionado Juan Carlos Martelli. Escritas en primera persona, las memorias de la joven, como el título versa, permiten conocer a la modelo y su historia personal, que desborda desinhibición, irreverencia, desprejuicio: “Me llamo Adriana Buteler, tengo 19 años, algunas entradas en la policía, dos ingresos en la Facultad (Psicología y Ciencias Exactas), un viaje por América haciendo dedo, dos amigos que me acompañaron entonces...”.²¹ El erotismo, como postulaba *Adán* estaba impregnado de “subjetividad y evocación”.

Poco importa si el efecto de “realidad” buscado por la revista se condecía fielmente con la realidad misma. El título de la nota sugiere este deslizamiento: se presentan las memorias *por* Adriana Buteler, en la *versión* de Juan Carlos Martelli. El supuesto relato de la modelo cumple con el objetivo de *Adán* de dotar de realismo al erotismo en sus páginas. Escrito en primera persona, el relato trae a la imaginación del lector la voz de Adriana y escenas de su vida que las fotos no podían mostrar: “Poso desnuda más

por placer que por necesidad. Casi diría que me saco la ropa por amor (a mí misma). Es una manera más de no morir, de perdurar tiernamente, de recordar que mi piel es suave y sumamente lisa, hecha para las manos que la contuvieron y que la recorrerán, sin duda, que la seguirán recorriendo”.²²

En el ensayo fotográfico al que hemos hecho referencia al comienzo de esta sección, *Adán* anunciaba: “En este número *Adán* comienza – dentro de la misma línea [aquella que pregonaba la búsqueda de un erotismo “real”] – una aproximación entre el lector y la modelo, que deja de ser así una imagen despersonalizada un fantasma de sí misma”.²³

Desde el presente, Miguel Brascó rememora la experiencia de *Adán* con una mirada crítica sobre el erotismo en sus páginas. Según Brascó:

Adán fue una revista desaforadamente voluptuosa con *inserts* en extremo deschavados de mujeres un diez por ciento totalmente desnudas, a las cuales no se les pispeaba la menor nalga, la más mínima teta: un erotismo fantasmagórico al revés, dictaminado por el *establishment* castrense entonces encaramado al usufructo de la república bienamada.²⁴

Si es cierto que el erotismo de *Adán* evitaba el convencionalismo de la modelo “fantasma de sí misma” tal como postulaba en el ensayo fotográfico citado más arriba, también es cierto que era un “erotismo fantasmagórico al revés”. Es decir, el contenido erótico no estaba dictado desde el propio equipo editorial de *Adán*, sino desde fuera, desde el poder censor del Estado. De hecho, muy probablemente por las presiones del contexto, González O'Donnell y Martelli habían tenido que irse de *Adán*.²⁵



Fig.3 Pastini, *Adán*, agosto de 1966, año 1, núm. 2

El erotismo era, en efecto, fantasmagórico. Estaba donde no se lo veía. Se dejaba ver en lo que no se mostraba (**Fig.3**) En verdad no se “pispeaba la más mínima teta”. No había nada de “truculento” en *Adán*, nada de “pornográfico”. (**Fig.4**) Esto ocurría tanto en los dibujos como en las fotografías (fueran estas imágenes publicitarias, ensayos fotográficos o fotos de tapa). Las imágenes cómicas, en cambio, parecen haber tenido cierta ventaja. Si en algunas de ellas sí fue posible pispear tetas fue porque, como es sabido, el humor es un instrumento eficaz para decir lo indecible. En *Adán*, en un ambiente de censura y de autocensura, muchas veces las imágenes cómicas expresaron visualmente aquello que estaba vedado a la palabra.



Fig.4 *Adán*, febrero de 1968, año 2, núm. 19

Al revés que en los ensayos fotográficos y las publicidades, donde las fotografías, con sus cualidades de verdad y de realidad, decían *menos* que el texto (que, como se ha visto en el supuesto testimonio de Adriana Buteler, desnudaba los cuerpos y desataba la vida de las personas de sus anclajes convencionales), en los dibujos de las páginas de humor, la imagen decía *más* que la palabra (si es que la había). (**Fig.5**)

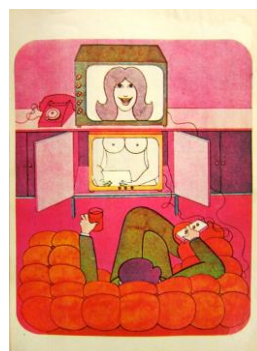


Fig.5 *Adán*, septiembre de 1966, año 1, núm. 3

A través de las imágenes de humor, *Adán* pudo mostrar cuerpos desnudos que en el marco de otros géneros y con otros recursos técnicos podrían haber sido tomados *en serio* por la censura rampante. Incluso en las páginas de humor se echó mano de la combinación de géneros, como la pintura, y técnicas más propias de la fotografía, como el montaje. Este elemento parece ser indicativo de ese espíritu de rebeldía propio de *Adán*, que a través de la combinación de artes y amparada en el humor ensanchaba el estatus de libertad para decir lo que en otros soportes era indecible. (Fig.6)²⁶

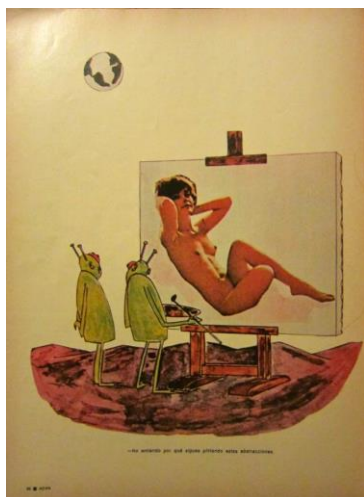


Fig.6 *Adán*, marzo de 1967, año 2, núm. 7

Por su parte, los humoristas y dibujantes también aportaban a la fantasmagoría a la que alude en su testimonio Miguel Brascó. En los dos ejemplos de arriba, ninguno de los *cartoons* aparece firmado. El clima de opresión vivido en esos años puede no haber alentado declaraciones abiertas, aunque esta afirmación debe ser matizada pues hubo tanto dibujos firmados como dibujos anónimos.

Adán mostró con refinada sensibilidad estética ese pretendido “erotismo real”. Esta fue la opción que la revista tomó ante la imposibilidad o inconveniencia de mostrar sin tapujos ciertos contenidos (la pornografía que, como se ha visto, *Adán* caracterizó de “truculenta”), pero también ante el hecho de buscar evitar toda expresión de vulgaridad (la “falsa pornografía” que podemos interpretar que en la perspectiva de *Adán* contrasta con el “erotismo real” que muestra los cuerpos con un sentido estético –un

rasgo que, por su parte, es característico del estilo narrativo del nuevo periodismo en el que los mentores de *Adán* abrevaron–).

Uno de los artilugios para la expresión del “erotismo real” fue tomar como recurso uno de los motivos típicos de la fotografía: el desnudo artístico, como por ejemplo en la nota antes citada sobre Adriana Buteler, donde la cámara captaba el cuerpo como tema estético o artístico, por su belleza antes que por la sexualidad que él evoca.

Como se ha visto, *Adán* manipuló ingeniosamente la combinación de los recursos artísticos y técnicos a su alcance para mostrar ese mentado “erotismo real”. Otro ejemplo de esto mismo es la imagen que acompañaba una nota sobre viajes a la pintoresca ciudad de Pomaire en Chile, célebre por su arte en cerámica. En ella se aprecia muy bien cómo se esquivan las poses convencionales de la fotografía erótica y de la pornografía. El arte termina de componer la imagen del cuerpo, y es el conjunto que deja “ver” o imaginar las partes del cuerpo femenino que la fotografía excluye. (Fig.7)



Fig.7 *Adán*, agosto de 1966, año 1, núm. 2

La tensión entre las pretensiones de un erotismo “real” y el dictamen de un erotismo “fantasmagórico” es un elemento que deriva de las circunstancias. Seguramente, la obsesiva censura del régimen de Onganía obligó a ocultamientos cada vez más difíciles de decodificar hasta que la revista finalmente dejó de editarse.

Con todo, acordamos con Brascó en que los creativos de *Adán*, “con el pretexto de sus oscurantismos, pudieron desviarse del proyecto de una publicación apenas porno y editar en

cambio una revista que hoy todavía se recuerda por inteligente”.²⁷

Adán, que había nacido como revista masculina con pretensiones de emular a la *Playboy* de Hefner, se convirtió en una revista solo decodificable por un reducido círculo social. El último número de *Adán* se publicó en abril de 1968. Según la interpretación de Cosse:

...en parte quizás porque otras propuestas interpellaron mejor al público al que se dirigía, en parte porque la ofensiva moralista del general Onganía no era el contexto más adecuado para una revista que establecía, casi como una declaración de principios, que había que combatir el moralismo sexual.²⁸

Palabras finales

Adán surgió cuando Argentina iniciaba la dictadura de la “Revolución Argentina” encabezada por Onganía. Fueron años de una modernización conservadora impulsada por sectores derechistas, muchos de ellos católicos, que veían en el mundo de la cultura el blanco predilecto de su ofensiva moralista. La censura, la represión y la violencia del Estado tiñeron el ambiente en el que la efervescencia de las expresiones contraculturales de los revolucionarios años sesenta tuvo que encontrar su lugar.

En este marco, *Adán* surgió de la mano de la poderosa Editorial Abril. La empresa de Civita era pionera en la explotación de géneros editoriales novedosos y en la diversificación de la oferta para abarcar todos los segmentos sociales de la crecientemente compleja sociedad de masas. Pero *Adán* no fue un producto típico de Abril. En sus páginas, los fines de masividad que la empresa abrigaba desde sus inicios en los años cuarenta estuvieron siempre tensionados por la pulsión rupturista del grupo de jóvenes emprendedores que abrevando en el nuevo periodismo llevó adelante el proyecto de una revista erótica masculina.

Hemos tomado algunos términos utilizados por la revista y sus colaboradores para interpretar el discurso visual que *Adán* construyó para dar cuenta del erotismo. Así, hemos pretendido mostrar que el erotismo en sus páginas estuvo

signado por las características del contexto de enunciación. En razón de la censura castrense, que obligaba a ocultar los cuerpos erotizados, la pretensión de los jóvenes realizadores de *Adán* de mostrar un erotismo real pronto se vio asediada y finalmente el erotismo terminó encriptado en la fantasmagoría.

Pese a la cruzada por la moralización social, en el breve lapso en el que *Adán* estuvo en circulación, el erotismo se manifestó en la sociedad argentina de un modo innovador, dotando a los revolucionarios años sesenta locales de un producto cultural que ofrecía alternativas al canon de la “Revolución Argentina”. Ciertamente, *Adán* fue un producto tensionado por distintos elementos, no solo realidad vs. fantasmagoría, sino también elitismo vs masividad; erotismo subordinado al arte y la intelectualidad vs. arte e intelectualidad al servicio del erotismo. *Adán* quedó atrapada en estas tensiones, convirtiéndose en fugaz a una experiencia que fue sin duda culturalmente densa.

Notas

¹ Otras publicaciones de la década previa, como la revista *Dinamita*, conjugaban humor y erotismo en un registro de estética popular en el que primaba el sentido común. En contraste, *Adán* siguió el modelo de *Playboy*: una revista de calidad que combinaba el periodismo sobre actualidad política con la promoción de los placeres sofisticados del varón hedonista de las clases medias ávidas de consumo. Para una caracterización de *Playboy* puede verse Elizabeth Fraterrigo, *Playboy and the making of the good life in modern America*, New York, Oxford University Press, 2009.

² La definición del concepto erotismo y la distinción entre este y el concepto pornografía han sido objeto de numerosos ensayos. Aquí dejamos en suspenso la distinción y tensión entre ambos, entendiendo que las representaciones eróticas se fundan en la sugerencia antes que en la representación explícita de las partes del cuerpo. Ellas buscan captar las dimensiones más individuales, más subjetivas de aquello que se representa. Puede seguirse la discusión acerca de la distinción y/o tensión entre erotismo y pornografía en Jerrold Levinson, “Erotic Art and Pornographic Pictures”, en *Philosophy and Literature*, 2005, num.1, vol.29, pp. 228–240 (20 de abril 2005). Más recientemente, esta discusión ha sido recuperada en Hans Maes and Jerrold Levinson, *Art and Pornography: Philosophical Essays*, Oxford, Oxford University Press, 2012.

³ *Adán* es una revista todavía poco explorada en el ámbito académico. En sus estudios sobre la Editorial Abril de Argentina, Eugenia Scarzanella refiere a ella tangencialmente. Su trabajo más completo es el libro *Abril. Da Perón a Videla: un editor italiano a Buenos Aires*, NovaDelphi, Roma, 2013. En sus trabajos sobre los años sesenta, Isabella Cosse también ha hecho algunas menciones, véase en particular Isabella Cosse, “El nuevo periodismo y el estatus de la apertura cultural: nuevas formas de sociabilidad en la Argentina (1962-1969)”, en *Cuaderno de Historia Num. 9 Historia, cultura y medios de comunicación*, Montevideo, Biblioteca Nacional, 2013, pp.87-98. También en “Periodismo, género y estatus de lo cultural: nuevas formas de sociabilidad en la Argentina (1962-1969)”, en *PerCursos*, Florianópolis, 2013, número 27, vol. 14, pp. 221-241 (jul./dez. 2013). En una ponencia presentada en el II *Workshop Argentino-Brasileño de historia comparada*, me he encargado de analizar la revista *Adán* en comparación con *A Revista do Homem* de Brasil, véase Verónica Giordano, “De adanes y playboys en tiempos de dictaduras. Una comparación de las revistas eróticas de la Editora Abril de Argentina (*Adán*, 1966-1968) y de la Editora Abril de Brasil (*Homem*, 1975-1979), en *Actas del II Workshop Argentino-Brasileño de historia comparada*, FFyL, UBA, publicación en formato digital CD, septiembre de 2013.

⁴ Fundada por el inmigrante judío-italiano César Civita (1905-2005) en Buenos Aires. Civita había emigrado de Italia a Estados Unidos en 1938, cuando el gobierno fascista dictó las leyes que obligaron a muchos miembros de la comunidad judía a abandonar el país. En Italia, había trabajado para la editorial de Arnoldo Mondadori de Milán. Cuando en 1938 tuvo que renunciar, le dieron como pago indemnizatorio los derechos editoriales sobre los personajes de Walt Disney. Primero, Civita se radicó en Nueva York junto a su esposa Mina y sus tres hijos. Y en 1941, la familia se instaló en Buenos Aires. Allí, junto a otros emprendedores italianos, Alberto Levi y Paolo Terni, Civita fundó la emblemática empresa Abril. Véase: Eugenia Scarzanella, “Entre dos exilios: Cesare Civita, un editor italiano en Buenos Aires, desde la guerra mundial hasta la dictadura militar (1941-1976)”, *Revista de Indias*, 2009, número 245, vol. LXIX, pp. 66-68.

⁵ En 1947, finalizada la Segunda Guerra Mundial, Civita viajó a Italia y se acercó a antiguos contactos, entre ellos la empresa editora Mondadori que acababa de lanzar la primera fotonovela en Italia: *Bolero*film. Véase María Celeste Mira, *O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX*, São Paulo, Olho d'Água, FAPESP, 2001; y Eugenia Scarzanella, *op. cit.*, p. 73. En 1948, de regreso en Argentina, Civita cosechó los frutos de su estadía en Italia publicando *Idilio*.

⁶ Según estadísticas de Eugenia Scarzanella, *op. cit.*, p. 74.

⁷ En esos años, además, Civita incursionó en la publicación de historietas cuyos derechos había comprado a empresas italianas: *Salgari* (1947), *Misterix* (1948) *Rayo Rojo* (1949). E incluso “importó” a dibujantes italianos, como Sergio Tarquinio, Guglielmo Lettieri, Ivo Pavone y los venecianos Hugo Pratt, Alberto Ongaro, Mario Faustini. Estos serían los maestros de historietistas que posteriormente alcanzarían elevado reconocimiento, tales como Héctor G. Oesterheld y Hugo Pratt. Véase: Eugenia Scarzanella, *op. cit.*, p. 71. También en Eugenia Scarzanella, “Un’industria “ultra leggera”: l’Editorial Abril tra l’Argentina e l’Italia (1941-1957)”, *RiMe Rivista*

dell’Istituto di Storia dell’Europa Mediterranea, Torino, 2011, número 6, pp.503-523 (junio, 2011).

⁸ Eugenia Scarzanella, *op.cit.*, p. 77.

⁹ No se trataba de crear un nuevo género, como había ocurrido con las fotonovelas dirigidas a un público más popular, sino de competir en un segmento ya existente pero apuntando a lectoras con cierto estatus social. De este modo, *Claudia* fue pensada para competir con revistas femeninas ya consagradas en el mercado, como *Para Ti* y *Vosotras*, cuyas posiciones eran muy tradicionalistas o estaban orientadas a un mercado consumidor de menores recursos. Véase: Isabella Cosse, “*Claudia*: la revista de la mujer moderna en la Argentina de los años sesenta (1957-1973)”, en *Mora*, Buenos Aires, 2011, número 1, vol.17, p. s/n. (enero- julio 2011)

¹⁰ Isabella Cosse, *Ibidem*. p. s/n.

¹¹ *Ibidem*. Recientemente, el periodista Carlos Ulanovsky ha dedicado una de las ediciones de su programa *Negro sobre blanco* (Canal Encuentro) a la revista *Claudia*. Allí sostiene argumentos similares a los enunciados por Cosse: documento electrónico, http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/programas/ver?rec_id=120341, acceso 18 de enero de 2014.

¹² Marcelo Crespo y Germán Gómez, “Los ojos de Rodolfo Walsh. Pablo Alonso, fotógrafo de luz y sombras”, en *Revista Sudestada de Colección*, Buenos Aires, 2014, número 10, (enero de 2014), documento electrónico: http://www.revistasudestada.com.ar/web06/article.php3?id_article=1188, acceso el 15 de febrero de 2014.

¹³ El dato está tomado de “El vaciamiento de Primera Plana”, *Panorama*, 1979, número187, (24 de noviembre de 1979), documento electrónico: <http://www.laorejaquepiensa.com.ar/node/85#.U1qjvMYWnx5>, acceso el 5 de enero de 2014.

¹⁴ Véase, por ejemplo, el vínculo de Gino Germani con Abril en Alejandro Blanco, *op. cit.*

¹⁵ Isabella Cosse, *op. cit.* pp.87-98

¹⁶ Citando a John King en *El Di Tella y el Desarrollo Cultural Argentino en la Década del Sesenta* (Ediciones de Arte Gaglianone, Buenos Aires, 1985), Eugenia Scarzanella menciona que la sede de Editorial Abril estaba situada en la misma manzana (la “manzana loca”, como se la conoció en esa época) que el Instituto de Sociología Comparada que dirigía Gino Germani y el Centro de Arte del Instituto Di Tella. La autora menciona explícitamente el vínculo entre la revista *Claudia* y el Centro de Arte, pero cabe suponer que los vínculos también existieron con *Adán*, que por otra parte en muchas ocasiones reseñó los eventos organizados por el mencionado Centro. Véase: Eugenia Scarzanella, “Mujeres y producción / consumo cultural en la Argentina peronista: las revistas de la editorial Abril”, *Hojas de Warmi*, Murcia, 2009, número 14, pp. 1-23

¹⁷ Verónica Giordano, *Ciudadanas Incapaces. La construcción de los derechos civiles de las mujeres en Argentina, Brasil, Chile y Uruguay*, Buenos Aires, Teseo, 2012.

¹⁸ Aunque este artículo refiere específicamente a la dimensión de erotismo vale la pena hacer un par de observaciones. Las notas periodísticas se enfocaban primordialmente en temas de interés general, y en todo caso se asemejaban más a la sección sociales que a la de actualidad. Las referencias a la política nacional, por su parte, no abundaban. Pero no por esto debe pensarse que *Adán* era apolítica.

¹⁹ Por añadidura, en los años sesenta *Playboy* todavía lideraba el mercado de revistas masculinas en Estados Unidos, y Hefner ni se preocupaba por exportar su marca registrada. Recién en los años setenta, desde que en 1969 apareciera la competidora *Penthouse* y las ventas disminuyeran, y en el marco del naciente modelo de transnacionalización del capital, surgirían revistas *Playboy* en otros lugares del mundo: Alemania (1972), Italia (1972), Francia (1973), Brasil (1975), México (1976) y España (1978).

²⁰ “On the spot. Muchachas de Adán”, en *Adán*, Buenos Aires, 1966, número 4, pp. 44-48 (octubre de 1966) [las itálicas son mías]

²¹ Martelli, Juan Carlos, “Memorias Informales por Adriana Buteler (versión de JCM)”, en *Adán*, Buenos Aires, 1966, número 4, p. 42

²² *Ibidem*. p.42

²³ *Ibidem*. p. 45

²⁴ Miguel Brascó, “El dossier Sábato”, documento electrónico:

<http://www.iade.org.ar/modules/secciones/index.php?pagenum=23>, acceso 5 de enero de 2014.

²⁵ “Cuadernos de Mr. Crusoe, viernes tenía razón”, entrevista a Juan Carlos Martelli, 4 de noviembre de 2012, documento electrónico:

<http://oxitobrand.wordpress.com/2012/11/04/cuadernos-de-mr-crusoe-viernes-tenia-razon/>, acceso enero de 2014.

²⁶ Aunque no aparece firmado, el chiste es muy probable que pertenezca al dibujante Cundri (José Ángel Garzo), cuya firma sí aparece en un chiste publicado en el número de abril de 1968 en el que se utiliza la misma técnica.

²⁷ Miguel Brascó, *op. cit.* p. s/n

²⁸ Isabella Cosse, *op. cit.* p. s/n

¿Cómo citar correctamente el presente artículo?

Giordano, Verónica; “El erotismo en las imágenes de *Adán*”. En *caiana. Revista de Historia del Arte y Cultura Visual del Centro Argentino de Investigadores de Arte (CAIA)*. No 4 | Año 2014.

URL:

http://caiana.caia.org.ar/template/caiana.php?pag=articles/article_2.php&obj=134&vol=4